

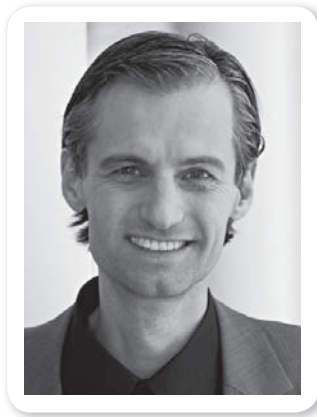
Performance Dating, 18.09.2009
im Berliner Haus der Kommunikation,
unterstützt von Serviceplan

*Kongress & Ausstellung für
Marketing-Prozess-Optimierung*

Programm | 17.09.2009, Berlin

Freiraum für Kreativität! Entrümpeln Sie
Ihre Marketing-Prozesse – lernen Sie
von den Besten der Branche





Dr. Jochen Kalka

Sehr geehrte Aussteller und Besucher
der 2. m|e marketing efficiency,

provokante Fragen: Können Marketingabteilungen, Agenturen oder Redaktionen mit den gleichen Methoden reorganisiert werden wie ein Maschinenbauer? Ist es über industrieerprobte Methoden wie Business Process Management oder Reengineering möglich, Effektivität und Effizienz in der Kreativarbeit bei einer Agentur, einer Zeitung oder einer Marketingabteilung zu steigern? Diese Fragen stellt Dirk Beenken von IDS Scheer am heutigen Tag. Ich möchte Sie Ihnen stellen: Wie sieht es aus, in Ihrer täglichen Arbeit? Sind Sie nur kreativ? Oder stellen Sie sich die Frage, wie Sie mit dem Budget Ihres Unternehmens oder Ihres Kunden mehr erreichen können?

Dabei geht es bestimmt nicht nur ums liebe Geld. Es geht vor allem um die Vermeidung von Redundanz, die Verhinderung von Fehlern, den Verzicht auf die tägliche Erfindung des Rades. Es geht um den Freiraum für Kreativität, der entsteht, wenn sich das Marketing nicht mit sich selbst beschäftigen muss, um den Alltag zu bewältigen, sondern kreativ sein kann, weil die Ressourcen endlich da sind – Zeit, Geld und engagierte Mitarbeiter. All das kann Marketing-Prozess-Optimierung leisten, wenn es von Marketingverantwortlichen als Chance begriffen wird.

Der Kongress m|e marketing efficiency widmet sich diesen Fragen bereits zum zweiten Mal. Das Konzept wurde dieses Jahr konsequent weiterentwickelt: Sie hören inspirierende Keynotes, erfahren das Neueste aus der Forschung und bekommen direkten Einblick in praktische Beispiele. Die Mischung stimmt: Bei der m|e marketing efficiency treffen sich Wissenschaftler, Marketingverantwortliche, Lösungsanbieter und potenzielle Kunden und suchen das Gespräch miteinander.

Als führendes Branchenmagazin engagiert sich Werben & Verkaufen bei der m|e marketing efficiency, weil wir der Meinung sind, dass das Thema Marketing-Prozess-Optimierung deutsche Marketingabteilungen intensiv beschäftigen wird. Werben & Verkaufen will über das Thema informieren, damit Marketingverantwortliche in Zukunft effizienter entscheiden können.

Wir wünschen der m|e marketing efficiency und allen Ausstellern und Besuchern einen erfolgreichen Tag.

Dr. Jochen Kalka | Chefredakteur
Werben & Verkaufen

Zeit	Raum	Ablauf		
08.00	Foyer	Anreise, Akkreditierung, Besuch der Ausstellung		
09.00 – 09.10	Halle	Eröffnung Harald Wolf, Senator für Wirtschaft, Technologie und Frauen in Berlin		
09.10 – 09.15	Halle	Grußwort Thomas Anderer		
09.15 – 10.00	Halle	Keynote Dr. Ralf E. Strauss, SAP: "Messbarer Beitrag des Marketings zum Unternehmenswert"		
10.00 – 10.30	Saal	Kaffeepause und Besuch der Ausstellung		
10.30 – 11.15	Kubus / Greenroom / Studio C	KUBUS „Marketing Resource Management“ unterstützt von BrandMaker	GREENROOM „Local Branding Day“ unterstützt von marcapo	STUDIO C „Performance Marketing Day“ unterstützt von Serviceplan
11.15 – 12.00		Impulsvortrag Prof. Dr. Elke Theobald, Steinbeis- Transferzentrum: „Von der Strategie zur Effizienz“	Impulsvortrag Prof. Dr. Marc Fischer, Universität Passau: „Marken effizient managen“	Impulsvortrag Björn Goerke, Institut für Marke- tingeffizienz: „Optimale Marketing- budgets durch Marketing ROI“
		Workshop Stephan Küster, Ernst & Young: „Globale Markenstrategie und lokale Kommunikation im Einklang? Marketing Resource Management“	Workshop Hans Fabry, Victoria Versicherung AG: „Markenführung im Span- nungsfeld Marke und lokale Marke Vertrieb“	Workshop Anton Tontchev, IntertonOne: „Online Kollaboration im Marken- management für mehr Kreativität, Innovation und Effizienz“
12.00 – 12.45		Workshop Sascha Prosek, Commerzbank: „Commerzbank Markenportal: Best Practice für die effiziente Umsetzung des Corporate Branding“	Workshop Rainer Rixen, Vaillant: „Local Branding für optimale Mar- ken-Synergien und Loyalisierung der Vaillant-Fachhandwerkspartner“	Workshop Wolfgang Bscheid, mediascale: „Profilgestützte Kampagnensteue- rung am Beispiel Thomas Cook“
12.45 – 14.00		Saal	Mittagspause und Besuch der Ausstellung	
14.00 – 15.00		Halle	Keynote Vincent Schmidlin, Scholz & Friends Strategy Group: „Effizienz im Zeitalter der Echtzeitkommunikation“	
15.00 – 15.45	Kubus / Greenroom Studio C	Workshop Andreas Röhlen und Ute Beiderbeck, Deloitte: „Einführung von Aprimo bei Deloitte – Herausforderungen und Erfahrungen“	Workshop Bernhard Gründer, socoto: „Branding vor Ort. Wie Marken in der Region ganz groß bleiben.“	Workshop Thomas Herrmann, Plan.Net Perfor- mance: „Close the Loop – Syner- gien zwischen Display Werbung und Suchmaschinen Marketing“
15.45 – 16.30		Workshop Markus Plum, Mehrkanal: „Marketing Management mit System bei Peugeot“	Workshop Karin Maria Schertler, Service- plan BRAND ONE: „Die Krise als Chance – Effizienzstrategien für den optimierten Budgetmitteleinsatz“	
16.30 – 17.00	Saal	Kaffeepause und Besuch der Ausstellung		
17.00 – 18.00	Halle	Abschlussvortrag Dirk H. Beenken, IDS Scheer AG: „Keine Schraubenfabrik – Kreativität organisieren“		
Ab 18.00	Saal	Abendliches Get together, bei gutem Wetter auf der Spreeterrasse		

Key Notes und Impulsvorträge



Dr. Ralf E. Strauss

Global Head of Product Management CRM Marketing, SAP AG

„Messbarer Beitrag des Marketings zum Unternehmenswert“

Anhand einer Vielzahl von Beispielen werden Lösungswege für die Optimierung des Marketings aufgezeigt – damit das Marketing beweisen kann, was es wert ist und welchen Beitrag es zum Unternehmenswert leistet.



Vincent Schmidlin

Managing Director Scholz & Friends Strategy Group

„Effizienz im Zeitalter der Echtzeitkommunikation“

Die neue Medienrealität stellt neue Anforderungen an Marken und Marketing. Welche Strukturen, Prozesse und Tools die Effizienz von morgen sichern, dieser Fragestellung widmet sich Vincent Schmidlin von der Scholz & Friends Strategy Group.



Prof. Dr. Elke Theobald

Steinbeis-Transferzentrum an der Hochschule Pforzheim

„Von der Strategie zur Effizienz – Marketing Intelligence“

„Die richtigen Dinge richtig tun“ ist im Marketing alles andere als einfach. Moderne Instrumente des Marketing Intelligence helfen den Marketingabteilungen den Überblick zu bewahren und die richtigen strategischen Entscheidungen zu treffen.



Prof. Dr. Marc Fischer

Professor für BWL, Universität Passau

„Marken effizient managen“

Der Vortrag zeigt auf, wie in der Wissenschaft über das Thema Markenwert nachgedacht wird. Es gibt viele Methoden und Steuerungsansätze, diese werden auf einfache Art und Weise dargestellt und in ein Konzept der Markenwertmessung und -steuerung überführt.



Björn Goerke

Institut für Marketingeffizienz, Universität Kiel

„Optimale Marketingbudgets durch Marketing ROI“

Kosten von Marketingmaßnahmen sind häufig bekannt, die Erträge bleiben meistens ungewiss. Um die optimale Verteilung des Budgets auf Maßnahmen vornehmen zu können, muss man deren Wirksamkeit kennen – den Marketing ROI.



Dirk H. Beenken

Director Medien, IDS Scheer AG

„Keine Schraubenfabrik – Kreativität organisieren“

Herr Beenken stellt die provokante Frage, ob man Marketingabteilungen, Agenturen oder Redaktionen mit den gleichen Methoden reorganisieren kann wie einen Maschinenbauer? Die Praxis zeigt: ja!

Marketing Resource Management | Kubus, 2. Stock

unterstützt von brandmaker

Moderation: Prof. Sabine Fischer

11.15 - 12.00 Uhr

Ernst & Young



„Globale Markenstrategie und lokale Kommunikation im Einklang? Marketing Resource Management“
Die Case Study wird präsentiert von BrandMaker



Stephan Küster
Director Marketing Operations, Europe,
Middle East, India and Africa, Ernst &
Young Global LLP

12.00 - 12.45 Uhr

Commerzbank



„Commerzbank Markenportal: Best Practice für die effiziente Umsetzung des Corporate Branding“
Die Case Study wird präsentiert von BrandMaker



Sascha Prosek
Vice President Brand Management,
Commerzbank

15.00 - 15.45 Uhr

Deloitte



„Einführung von Aprimo bei Deloitte – Herausforderungen und Erfahrungen“
Die Case Study wird präsentiert von Aprimo



Ute Beiderbeck
Leiterin Marketing, Deloitte



Andreas Röhlen
Manager Customer Care,
Deloitte

Local Branding Day | Greenroom, 1. Stock

unterstützt von marcapo

Moderation: Holger Fahrenkamp

11.15 - 12.00 Uhr**Victoria Versicherung**

„Markenführung im Spannungsfeld Marke und lokale Marke Vertrieb“

Die Case Study wird präsentiert von marcapo

**Hans Fabry**

Leiter Marketing, Kommunikation, Werbung der Victoria Versicherung AG

15.00 - 15.45 Uhr**DAK**

„Branding vor Ort. Wie Marken in der Region ganz groß bleiben.“

Die Case Study wird präsentiert von socoto

**Dr. Bernhard Gründer**

Geschäftsführer socoto

12.00 - 12.45 Uhr**Vaillant**

„Local Branding für optimale Marken-Synergien und Loyalisierung der Vaillant-Fachhandwerkspartner“

Die Case Study wird präsentiert von marcapo

**Rainer Rixen**

Zielgruppenmanager Marketing Fachhandwerk Vaillant Deutschland GmbH & Co. KG

15.45 - 16.30 Uhr**Peugeot**

„Marketing Management mit System bei Peugeot“

Die Case Study wird präsentiert von Mehrkanal

**Markus Plaum**

Geschäftsführer Mehrkanal

Performance Marketing Day | Studio C, 4. Stock

unterstützt von der Serviceplan Gruppe

Moderation: Sven Kielgas

11.15 - 12.00 Uhr

IntertonOne

IntertonOne

„Online Kollaboration im Markenmanagement für mehr Kreativität, Innovation und Effizienz“

Die Case Study wird präsentiert von iBrams



Anton Tontchev
Chief Digital Officer IntertonOne
Projektoffice Deutschland

15.00 - 15.45 Uhr

Plan.Net Performance

PLAN.NET

AGENTSCHAFT FÜR INTERAKTIVE KOMMUNIKATION

„Close the Loop – Synergien zwischen Display Werbung und Suchmaschinen Marketing“

Die Case Study wird präsentiert von der Serviceplan Gruppe



Thomas Herrmann
Geschäftsleiter Plan.Net Performance

12.00 - 12.45 Uhr

Mediascale



„Case Study New Media Award 2009 – Profilgestützte Kampagnensteuerung am Beispiel Thomas Cook“

Die Case Study wird präsentiert von der Serviceplan Gruppe



Wolfgang Bscheid
Geschäftsführer mediascale

15.45 - 16.30 Uhr

Serviceplan BRAND ONE

serviceplan | BRAND ONE

„Die Krise als Chance – Effizienzstrategien für den optimierten Budgetmitteleinsatz“

Die Case Study wird präsentiert von der Serviceplan Gruppe



Karin Maria Schertler
Geschäftsführerin Serviceplan BRAND ONE

First Prime Partner | BrandMaker



BrandMaker ist eine zentrale, webbasierte Marketing- und Medienmanagement-Software für die Marketing-Prozess-Optimierung. Die führende Software zeichnet sich durch ein breites Spektrum an Modulen für alle Bereiche des Marketings aus – von der Strategie über Planung, Budgetierung und effizienten Kampagnenumsetzung bis hin zur Erfolgskontrolle.

www.brandmaker.com

Prime Partner | Serviceplan



Die Serviceplan Gruppe ist die größte inhabergeführte Agentur Deutschlands. Sie bietet alle modernen Kommunikationsdisziplinen unter einem Dach – von klassischer Werbung, Handels- und Vertriebsmarketing, Mediaplanung und -einkauf, Mobile Advertising, Dialogmarketing, CRM- und Onlinemarketing, Design, Event und PR bis zu Marktforschung, Webcontrolling und Managementsoftware. An den Standorten München, Hamburg und Berlin arbeiten 944 Mitarbeiter für Kunden wie Veltins, HiPP, Miele, Rolf Benz, AOK, Sony Ericsson oder BMW.

www.serviceplan.de

Prime Partner | marcapo



marcapo ist die führende Agentur für ganzheitliches Handelsmarketing und Vertriebskommunikation auf einem neuen strategischen und wirtschaftlichen Niveau. 90 Spezialisten bündeln alle Leistungen aus Consulting, Communications, Technology und Service/Support zum Local Branding 360°. Dies steigert die Effizienz im lokalen Marketing um bis zu 30%.

www.marcapo.com

Partner | aprimo



Aprimo ist ein führender Anbieter von Software zur Steigerung der Effizienz und Effektivität im Marketing. Aprimo-Software unterstützt beim Management von Marketingbudgets, Marketingprojekten und Marketingmaterialien und bei der effizienteren Durchführung von Kampagnen. Die Aprimo-Module können einzeln eingesetzt werden, um ein spezifisches Marketingproblem zu lösen, oder kombiniert als integrierte Suite. Aprimo arbeitet rollenbasiert und stellt jedem Marketingmitarbeiter eine auf seine Aufgaben abgestimmte Benutzeroberfläche zur Verfügung.

www.aprимо.de

Partner | mehrkanal



MEHRKANAL ist eine Agentur für Marketing und Kommunikationslösungen mit Sitz in Essen. Wir sind spezialisiert auf die Entwicklung, Führung und Integration von Marken im und über das Internet. Mit 30 fest angestellten Mitarbeitern entwickeln und betreiben wir für unsere Kunden individuelle Lösungen – im Speziellen Brand und Marketing Management Systeme, basierend auf BISON (Brand Integrating System Online).

www.mehrkanal.com

Partner | CONTENTSERV



Mit Software-Modulen für die Bereiche Produktmanagement, Marketing, Vertrieb und Kommunikation liefert CONTENTSERV Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette von Produkt- und Marketingdaten. Prozesse im Marketing werden transparent, effizienter und schneller; ein Steuerungstool überhaupt erst möglich. Der ganzheitliche Ansatz ist einzigartig.

www.contentserv.com

Partner | iBrams



Mit der Brand Management Solution iBrams ermöglicht die CDO Corporate Design Online GmbH & Co. KG dezentral organisierten Unternehmen, national wie international in allen Zielmärkten ein konsistentes Erscheinungsbild ihrer Marke sicherzustellen. iBrams nutzt den Adobe InDesign CS3 Server und wird von internationalen Industrieunternehmen, Agenturen und Dienstleistern eingesetzt.

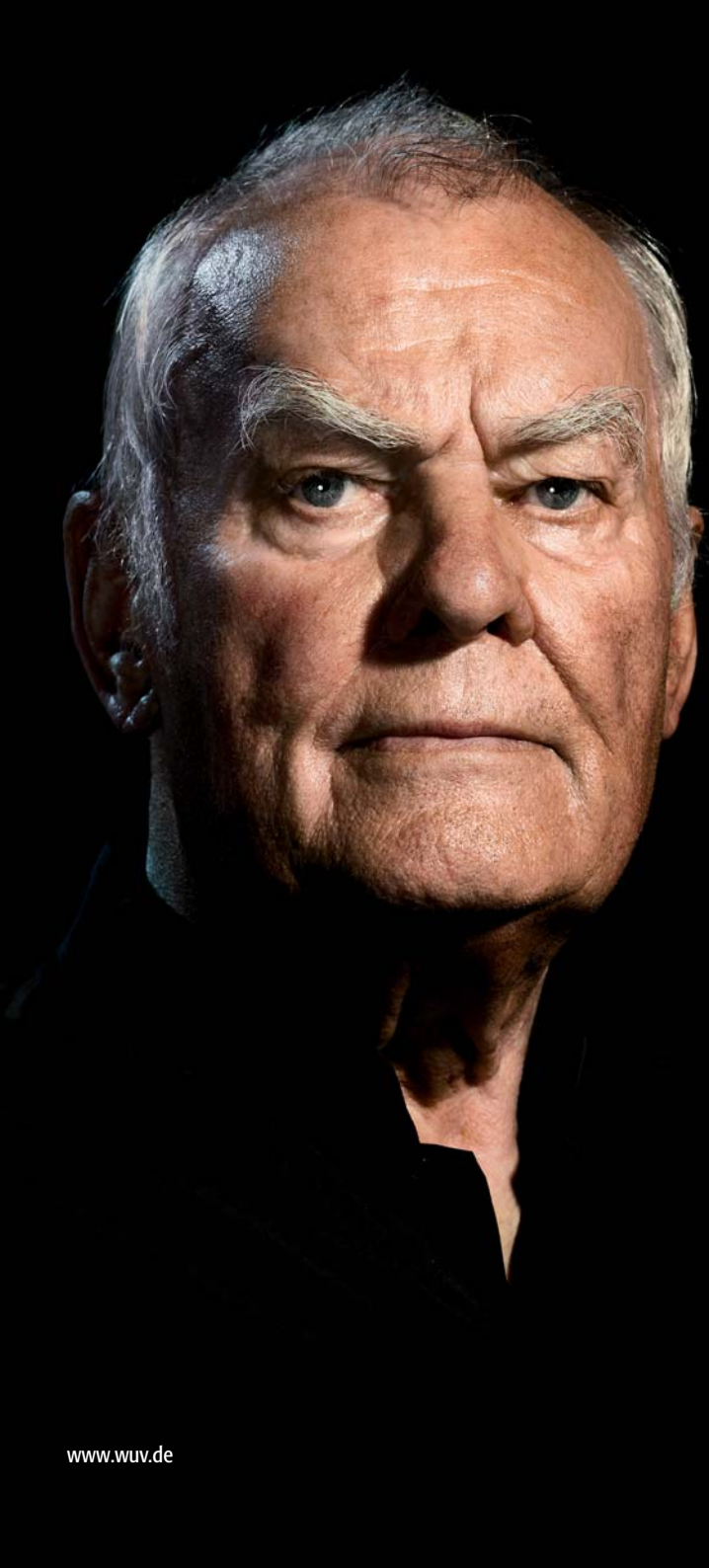
www.ibrams.com

Partner | socoto



Das Marketing-Management-System socoto erleichtert Unternehmen mit dezentralem Vertrieb das Planen, Steuern, Realisieren und Kontrollieren komplexer Marketingaufgaben und crossmedialer Kampagnen auch auf regionaler Ebene. Vertriebspartner vor Ort werben mit socoto stets CD-konform bei gleichzeitiger Berücksichtigung individueller Wünsche und regionaler Besonderheiten.

www.socoto.de



„Also von mir hat er das nicht.“

Dr. Ernst Gottfried Mahrenholz, 80, Bundesverfassungsrichter i.R.,
Vater von Peter John Mahrenholz
(CEO Drahtfcg Deutschland und W&V-Leser)



Thomas Anderer
Initiator

„Schluss mit der Vernichtung von Wertschöpfung im Marketing“. In Zeiten von zunehmendem Wettbewerbsdruck durch immer komplexer werdende Märkte und der internationalen Steuerung der Marken über differenzierte Kanäle stehen die Marketing Verantwortlichen mehr denn je vor der Herausforderung, ihre Arbeit effizienter zu gestalten. Durch den Einsatz entsprechender Software kann die Performance unterstützt werden – auch und gerade in Zeiten gekürzter Budgets. Und die Marketer können sich stärker direkt wertschöpfenden und strategischen Aufgaben widmen.

Das Marketing muss endlich aufwachen, denn wer sich nicht bewegt, wird bewegt. Wer hier ausschließlich mit der rechten Hälfte des Gehirns denkt, denkt zu kurz!

Thomas Anderer, einer der renommiertesten Vordenker und Experten der Branche, unterstützt und begleitet Unternehmen erfolgreich bei der Gestaltung eines effizienten und

modernen Marketings. Er analysiert gemeinsam mit seinem interdisziplinären Team bestehende Marketingstrukturen und die hier betroffenen Prozesse – intern und extern. Auf Basis einer Handlungsempfehlung konkretisiert Herr Anderer, mit welchen Technologien der höchste Grad an Effektivität und Effizienz im Marketing erreicht werden kann.

Background

Verlagsgeschäftsführer, Creativ-Director der ADNC, Projekt-, Key-Account-Manager intern und Managing Director der Pixelpark AG, Chief-Operating-Officer der ID Media-AG, Vice President Vertrieb und Marketing der Aerome AG, Beirat Innovationskongress, Jury-Mitglied „Jugend gründet“, Gründer und Geschäftsführer der Business Impuls GmbH, Lehrbeauftragter an der Dualen Hochschule, Buchautor: „Das Phönix-Phänomen“.

www.thomas-anderer.de; www.business-impuls.com



Moderation

Keynotes

Carina Bastuck, Moderatorin CB Entertainment

Als sachkundige Journalistin und Infotainerin, die mit Entertainment-Qualitäten als Moderatorin begeistert, überzeugt Carina Bastuck ihr Publikum; sie ist stets souverän, erfrischend und ihre Moderation locker, direkt und individuell.

Marketing Resource Management

Prof. Sabine Fischer, Medienberaterin

Sabine Fischer berät Unternehmen aller Branchen im Einsatz von Medien, insbesondere im E-Business. Darüber hinaus unterrichtet sie an mehreren Hochschulen und erhielt den Grimmepreis für das Informationsangebot zum Film Stauffenberg.

Local Branding Day

Holger Fahrenkamp, Senior Consultant Business Impuls

Die Affinität für computergestützte Lösungen brachte Holger Fahrenkamp zur Gründung eigener IT-orientierter Unternehmen und auch in die IT Dienstleistung für große Commerce-Plattformen. Seine Stärke liegt dabei in der Vermittlung zwischen den Welten von Kreation und Technik.

Performance Marketing Day

Sven Kielgas, Partner Serviceplan Agenturgruppe

Vor Serviceplan wirkte Sven Kielgas über zwanzig Jahre lang als internationaler/globaler Marketing-Top-Executive für namhafte High-Tech-Unternehmen wie Novell, Apple, Siemens Nixdorf und Siemens. Daneben zeichnen ihn aber auch andere einschlägige Erfahrungen aus: vom Start-up Brokat bis Plaut, einer der ältesten Beratungsgesellschaften Europas. Sein Einstieg in die Industrie gelang ihm noch vor der PC-Ära parallel zum Studium der Humanmedizin.

Service und Information

Reiseservice

Um Hotels, Flüge und weitere Travel Services kümmert sich gerne unser Partner:

Berlin Tourismus Marketing GmbH
Am Karlsbad 11
D-10785 Berlin
Tel: +49.(0)30.25 00 25
www.visitberlin.de
congress@btm.de

Veranstaltungsort

Die m|e marketing efficiency findet am 17. September 2009 im Radialsystem V in Berlin statt!

RADIALSYSTEM V
Holzmarktstr. 33
10243 Berlin
Tel.: +49.(0)30.288 788 50
www.radialsystem.de

Organisation und Information

Projektleitung

Dr. Inga Persson
Telefon +49.(0)89.2183 - 7247
inga.persson@sv-onpact.de

Cordula Schmidt
Telefon +49.(0)89.2183 - 7273
cordula.schmidt@sv-onpact.de

Presse

Vanessa Voigt
Telefon +49.(0)89.2183 - 7277
vanessa.voigt@sv-onpact.de

First Prime Partner



Prime Partner



The Local Branding People

SERVICEPLAN

AGENTURGRUPPE FÜR INNOVATIVE KOMMUNIKATION

Partner



Wissenschaftspartner



Mobilitätspartner



Kontakt

Süddeutscher Verlag onpact GmbH

Vanessa Voigt

Hultschiner Straße 8

81677 München

Tel: +49.(0)89.2183 - 7277

vanessa.voigt@sv-onpact.de

Initiator Veranstalter



Süddeutscher Verlag onpact

Medienpartner



Werben & Verkaufen

